



EESTI MAAÜLIKOOL
Põllumajandus- ja keskkonnainstituut

Raido Roostalu

**ELAMUSTRANSPOORT LAHEMAA RAHVUSPARGIS:
KOGUKONNA JA KÜLASTAJA ÜHENDAMINE UUDSES
TEENUSES**

SMART TRANSPORTATION IN LAHEMAA NATIONAL PARK:
CONNECTING LOCAL COMMUNITY AND VISITORS VIA
MODERN SERVICE

Bakalaureusetöö
Loodusturismi õppekava

Juhendaja: nooremteadur Tarmo Pilving, *MSc*

Tartu 2018

Eesti Maaülikool Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Bakalaureusetöö lühikokkuvõte	
Autor: Raido Roostalu		Õppekava: Loodusturism	
Pealkiri: ELAMUSTRANSPOORT LAHEMAA RAHVUSPARGIS: KOGUKONNA JA KÜLASTAJA ÜHENDAMINE UUDSES TEENUSES			
Lehekülgi: 37	Jooniseid: 13	Tabeleid: 0	Lisasid: 5
Osakond: Elurikkuse ja loodusturismi osakond Uurimisvaldkond: Loodusturism Juhendaja(d): Tarmo Pilving Kaitsmiskoht ja aasta: Tartu, 2018			
Käesolevas bakalaureusetöös uurib autor üht võimalust Lahemaa rahvuspargi digitaliseerimiseks.			
Teema praktilisest väärtusest tulenevalt on uurimisküsimusteks "Kas sõidujagamisteenus on ühendatav giiditeenusega kaasaegse tehnoloogia abil?", "Kas pakutav tehnoloogia näeb majanduslikku otstarbekkust laiendada kasutajaskonda väljaspool tiheasustusi?", "Kas pakutava tehnoloogia kasutajad on huvitatud lisavõimalusest juba olemasolevale funktsioonile?", "Kuivõrd avatud on näitena valitud ala esindajad tehnoloogilistele uuendustele?"			
Uuringu käigus koguti andmeid kõikidelt seotud osapooltelt kasutades nii kvalitatiivset, intervjuud, kui ka kvantitatiivset, ankeetküsitlused, uurimismeetodit. Töös on esitatud saadud info põhjal üldistused ning kokkuvõtvad järeldused.			
Autori hinnangul on uurimistöö tulemusena leitud vastused uurimisküsimustele piisavalt ammendavad, et töö teemat praktikasse rakendada, kuid samas on töö käigus tõstatunud küsimusi, mille põhjal on võimalik antud uurimistööga tulevikus ka edasi liikuda.			
Tulemustest selgus, et enim on pakutud ühendteenuseks valmis hetkel olemasolev tehnoloogia ning siseturist,.Välisturistidele sõidujagamisteenus hetkel niivõrd tuttav ei ole, kuid neil on valdavalt ootus tutvuda kohaliku kogukonnaga. Tehnoloogiat omav ettevõtte on avatud, kuid mitte initsiatiivikas, olles valmis riskide jaotamiseks kaasama teenuse arendamisse koostööpartneri. Potentsiaalne teenusepakkuja on kogutud andmete põhjal pigem alalhoidlik ja soovib veenduda nõudluse olemasolus.			
Märksõnad: loodusturism, isegiidimine, elamustransport, Lahemaa, nutirakendus			

Estonian University of Life Sciences Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Abstract of Bachelor’s Thesis	
Author: Raido Roostalu		Specialty: Nature tourism	
Title: SMART TRANSPORTATION IN LAHEMAA NATIONAL PARK: CONNECTING LOCAL COMMUNITY AND VISITORS VIA MODERN SERVICE			
Pages: 37	Figures: 13	Tables: 0	Appendixes: 5
Department: The Chair of Biodiversity and Nature Tourism Field of research: Nature tourism Supervisors: Tarmo Pilving, MSc Place and date: Tartu, 2018			
In this diploma thesis, the author examines an opportunity to integrate smart tourism application into Lahemaa National Park.			
From the practical view of this topic, the main questions to be answered are “Does modern technology support the combination of ride-sharing service and guide service together in one application?”, “Does the smart application see economic benefits to expand out from city environments”, “Are the users of smart application interested in additional functions?”, “What are the example area's people’s attitudes and expectations to the new technological innovation?”.			
Information was gathered thru the study from all stakeholders using both qualitative (interviews) and quantitative (questionnaires) research methods. The paper contains generalizations and conclusions according to the answers received.			
The author estimates the answers sufficiently exhaustive to implement the study into practice. On the other hand, there have been raised questions which will allow continuing with that study in the future.			
The results show that this sort of joint service is technically practicable and the domestic users are ready to try and use the possible additional option of the ride-sharing app. Foreign tourists are not familiar with ride-sharing applications but they are interested to meet the local community. The owner of the technology is open for additional functions but not initiative offering co-operation to a potential developer. Potential service providers are rather conservative and wish to see signs of tangible demand.			
Keywords: nature tourism, self-guiding, smart transportation, smart tourism application, Lahemaa			

SISUKORD

SISSEJUHATUS	5
1. TEOREETILINE ÜLEVAADE	9
1.1 Mõisted	9
1.2 Ühendteenuse eelised	11
2. METOODIKA	13
3. TULEMUSED	15
3.1. Taxify sõidujagamisrakenduse kasutajad	15
3.2. Lahemaa rahvuspargi külastajad	19
3.3. Osalejaintervjuud Lahemaa rahvuspargis	21
3.3.1. Tsitaadid intervjuudest	24
3.4 Ekspertintervjuu Taxify esindajaga	25
4. JÄRELDUSED	27
KOKKUVÕTE	28
KASUTATUD ALLIKAD	29
LISAD	31
Lisa 1 - Küsimustik Taxify kasutajatele	32
Lisa 2 - Taxify kasutajate vastused	33
Lisa 3 - Lahemaa külastusuuring	34
Lisa 4 – Osalejaintervjuude küsimustik	35
Lisa 5 – Ekspertintervjuu küsimustik	37
Lihtlitsents lõputöö salvestamiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	39
ning juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta	39

SISSEJUHATUS

Tänastes oludes, kus hoogustuv linnastumine kasvatab inimeste koondumist tiheasustustesse, kipub sama tendents olema ka tehnoloogiliste uuendustega. On selge, et tehnoloogilise arengu kiirus sõltub selle kasutajate arvust ning muutused leiavad ennekõike aset just seetõttu tiheasustatud aladel. Viimasel aastakümnel on kiireimat arengut näidanud infotehnoloogia ja kommunikatsiooni valdkond ning just kommunikatsiooni detailsus pakkumise ja nõudluse vahel on kasvatanud usaldust infotehnoloogiliste mugavusteenuste, mis peaksid igapäevases elus tehtavaid otsusesid ja valikuid lihtsustama, vastu. Infotehnoloogiline areng ja rohkemate infokanalite avanemine hõlbustab aga ka infovahetust äärealadega ning üha rohkem tekib sel viisil väärtust, mis soodustab tehnoloogiste arengute jõudmist ka sinna. Infokanalite mitmekesistumine on toonud, lisaks inimestevahelisele kommunikatsioonile, juba olulisi muutusi ka meie ostukäitumises. On selge, et majandused ja ühiskonnad on alati olnud avatud muutustele. Muutused pole aga kunagi varem olnud nii intensiivsed ja kiire tempoga, kui viimastel aastatel [5].

Ühiskondlike väljakutsete esitamiseks on üks võimalus võtta kasutusele kaasaegne tehnoloogia [8]. Näen, et meie aja suurim väljakutse on oluliste füüsiliste väärtuste digitaliseerimine ehk informatsiooni kättesaadavaks tegemine virtuaalses reaalsuses. Füüsilise maailma digitaliseerimine on üsna hiljuti hakanud koguma hoogu eri valdkondades ja on pigem värske teemavaldkond [7]. Suurima tõuke sellele on andnud virtuaalreaalsuse koondumine inimeste taskutesse ehk nutiseadmetesse ja neis olevatesse nutilahendustesse. Samal ajal, kui nutilahendused loovad tipptehnoloogilisi digitaalseid ökosüsteeme võtavad nad ka omaks erisuguseid inimteguritest koosnevaid keskkondi. Nende kahe protsessi koosmõjul tekib sotsiaaltehnoloogiline sünergia, mis loob väärtust kõikidele seotud osapooltele [13]. Eriti turismis, kus tehnoloogiline innovatsioon on arengutegurina kogu valdkonda suures ulatuses mõjutanud [9].

2016. aastal külastas, mobiilpositsioneerimise abil tehtud statistika põhjal, Eestit veidi vähem kui 6 miljonit väliskülast, kellest üle poolte viibis siin kauem kui ühe päeva [10]. Turism taasiseseisvunud Eestis on aasta-aastalt muutunud üha rohkem arutletavaks teemaks ja seda paljuskki tänu tagasisidele välisturistidelt meie mitmekülgse looduse kohta. See on aidanud väärtustada nii looduse säästvat arengut, kui ka liikuda turisminduses üha rohkem selle efektiivsema vahendamise suunas. Üha suureneva turistidevoo taustal tõstatub mitmeid küsimusi, millele vastuste saamine on olulise tähtsusega turismipakkumise arendamiseks. Üha vähem näeme ja kogeme turiste klassikalises mõistes turistibussidega hoovile vuramas, üha rohkem tutvume sooloturistidest maailmarändurite ja väikeses grupis liikuvate uudishimulikega, kes giidivad end ise tänapäevaste tehnoloogiliste abivahendite abil. Selgesti on tajutav, et info meie väikese Eesti ja meie inimeste kohta on kuskil vabalt saadaval ning see on kellegi jaoks piisavalt atraktiivne väärtus, et tulla ja seda oma silmaga näha, kõrvaga kuulda ja teadvusega tunnetada.

Elukvaliteedi tõus on toonud kaasa nähtuse turism, kui elustiil. Turisminõudluses esineb erinevaid trende ning traditsiooniline turism ei täida tihtipeale enam tänaste turistide vajadusi. Tänu infotehnoloogia arengule kasvab ligipääs sihtkohtadega seonduvale infole tundidega ning see on pannud hoogsalt kasvama individuaalturistide osakaalu ja kahanema grupituristide oma. Üha rohkem turistidest taotleb oma reisil füüsilisi kogemusi ja rahuldumisi. Sisukate kogemuste otsimine ühildub inimliku sooviga kohtuda ja tutvuda kohalike inimestega oma reisisihtkohtades. Kuid see ei ole pelgalt soov enda jaoks uues kultuuriruumis asuda vaid üha rohkem reisijaid soovib mõista, olla vastastikkuses mõjus ja lüüa selles kaasa [15]. Turismielamuste parendamiseks planeeritakse oma teekonda juba enne tundmatutesse sihtkohtadesse suundumist [14]. Unikaalsest kogemusest on saanud oluline väärtus. Seda on soodustanud otsene tagasiside varasematelt külastajatelt temaatilistel kogemusi koondavates suhtluskeskkondades (nt TripAdvisor), turismiteenuseid vahendavatel veebilehtedel (nt Airbnb) ja blogosfääris.

Tehnoloogia areng ja sellest põhjustatud muutused turismikäitumises on loonud uue sotsiaalse fenomeni, nutiturismi, mis ühendab endas infotehnoloogiat ja turismi [4]. Turismisihthohtade nutimaailma ühendamine on muutunud oluliseks, kuna turist, kes eksisteerib samuti nutimaailmas, on hästi informeeritud ning suheldes dünaamiliselt vastastikkuses mõjuväljas

virtuaalse keskkonnaga luuakse üheskoos uusi turismitooteid ja lisaväärtust ka kõikidele teistele kasutamiseks. [6]

Käesolevas lõputöös on esitatud üks võimalik lähenemine turismissihtkoha digitaliseerimiseks, mis püstitab järgenavd hüpoteesid:

- Kas sõidujagamisteenus on ühendatav giiditeenusega kaasaegse tehnoloogia abil?
- Kas pakutav tehnoloogia näeb majanduslikku otstarbekkust laiendada kasutajaskonda väljaspool tiheasustusi?
- Kas pakutava tehnoloogia kasutajad on huvitatud lisavõimalusest juba olemasolevale funktsioonile?
- Kuivõrd avatud on näitena valitud ala esindajad tehnoloogilistele uuendustele?

Käesolev lõputöö uurib sõidujagamisteenuse integreerimise võimalikkust turismindusse (nutiturism) Taxify ja Lahemaa rahvusparki näitel. Lõputöös kasutatav lähenemine, giidi- ja sõidujagamisteenuse ühendamise, turismissihtkoha digitaliseerimiseks tuleneb kasvavast nõudlusest kummagi teenuse vastu. Kasvav vajadus transporditeenuse järele Lahemaal tuleneb asjaolust, et rahvuspark katab kaht maakonda, Lääne-Virumaa ja Harjumaa, aga tänase transpordikorralduse põhimõtted lähtuvad maakondlikest tõmbekeskustest – Lahemaad ühendav ühistransport sisuliselt puudub. Ka arengud turistide ootuste osas sihtkoha tutvustamisel on muutumises ning kutselise giidimise kõrval on tekkimas üha rohkem nõudlust kohaliku taustaga piirkonna tutvustajate järele. See omakorda loob eeldused giidindusega seonduva kaasajastamise – mitmekülgsem sihtkoha väärtustamine, teenusepakkujate koolitamine ning ühtse Lahemaa kuvandi loomine. Potentsiaalne ühendteenus loob võimaluse suurendada turismipakkumist ja hõlbustada külakogukondade sisenemist turismitegevusse.

Täna, kus turismindus Eestis on otsimas jätkusuutlikke väljundeid nii Eesti tutvustamiseks väliskülalistele kui ka võimalusi kohalikele kogukondadele valdkonnas kaasa lüüa ja majanduslikku kasu saada on käesoleva töö raamistikus oluline, et uuritav nutirakendus on populaarne juba paljudes Euroopa riikides ja et kogukonnad on huvitatud turismitegevuses kaasa lööma. Samuti aitab sel viisil ühendatud teenus tagada turisminduse jätkusuutlikku arengut. Kasvatades turismipakkumist, mis toetub kohaliku kogukonna teadmistele ja välja töötatud

toodetele-teenustele kasvab ka kogukonda turistide poolt jäetav majanduslik kasu. Mis omakorda loob võimalusi kogukonna teadmistepagasi laiendamisse, tootearendusse ja võimesse liikuda kaasa tehnoloogia arenguga.

Jätkusuutlikkust turismis saab vaadelda kahest eri küljest. Ühelt poolt nähakse turismisektorit kui tööstusharu, mis kätkeb endas majanduslikku kasvu läbi säästva arengu. Turism loob majanduslikku kasu piirkonna looduse ja kultuuri mittemateriaalse väärtuse kaudu vähendades seejuures kahju loodusele ja säilitades majandusliku kasu aluseks olevat kultuuri. Samuti aitab loodav majanduslik kasu kohalikke kogukondi, kelle majanduslik järg paraneb keskkonnas, kus mitmekesistatud väärtuste loomise protsess vähendab negatiivseid majanduslikke, keskkonnavalaseid ja sotsiaalseid tagajärgi [16]. Teisest küljest on turismitööstus jätkusuutlikkuse suurim vaenlane. Turismindusest tulenev inimeste liikumine on otsene oht õrnadele looduslikele ökosüsteemidele. Lisaks kaasnevad sellega negatiivsed efektid kohalikes kogukondades nagu saaste ja kultuurilised konfliktid, laiemalt kahaneb ka globaliseerumise tõttu mitmekesisus[17]. Nutirakendus kui info vahendamise kanal aitaks siin luua rohkem mõistmist ja teadvustada selle kasutajaile potentsiaalseid kahjulikke tegureid.

Kuna lõputöö temaatika püüab astuda kaasa tehnoloogia arengu kiireid samme ei ole antud valdkonnas teaduslikult üleliia palju konkretiseeritud ja paljud õhus olevad küsimärgid on seotud otseselt inimeste hoiakutega uute tehnoloogiate kasutuselevõtuga oma igapäevaellu.

1. TEOREETILINE ÜLEVAADE

Selles peatükis on lahti seletatud olulisemad teemasse puutuvad mõisted, mille põhjal on üles ehitatud lõputöö praktiline pool. Kuna töö aluseks olevat ideed ei ole varem teaduses lahatud, on ka teoreetiline baas võetud mitmest uurimusest, mis osaliselt käesoleva teemaga kattuvad.

1.1 Mõisted

Nutiturism (smart tourism)

Nutiturism on võrdlemisi värske mõiste, mis kirjeldab turismisihtkohtade, seal asuva turismitööstuse ja seda külastavate turistide, kasvavat sõltuvust üha tekkivatest info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatest, mis võimaldavad luua tohutust kogusest infost uusi väärtushinnanguid [11]. Suur infokogus on tingitud võimalusest pidada mitmesuunalist infovahetust kõigi osalejate vahel ja kõigi osapoolte valmidus selles interaktiivses suhtluses reageerida kiiresti.

Nutiturismi põhieesmärgid on ehitada uut infotaristut ja ärikeskkonda, mis läbi tekiks ettevõtlust, mis seda süsteemi kasutab ning suurendada turismielamusi nutilahenduste turismindusse integreerimise teel [11]. Nutisihtkohtade peamine ülesanne on konkurentsi kasvatamine ja kõikide sidusrühmade, ka kohalike ja turistide, elukvaliteedi tõstmine [18]. Peamiseks soovivaks teguriks on tegevuse läbipaistvus ja sellest tulenev usalduse kasv teenusepakkujate vastu.

Nutiturismi võib ekslikult mõista ka, kui e-turismi laiendust. Siiski, kui nutiturism ühendab virtuaalse ja füüsilise maailma enne reisi, reisi ajal ja pärast reisi luues samal ajal uut väärtust, siis e-turismi loodav väärtus tekib samade maailmade kokkupuutel vaid enne ja pärast reisi [12]. Nutiturismis luuakse väärtust kombineerides ökosüsteeme tehnoloogia, taristu, ja äriga, mistõttu on nuti- ja e-turismi vahel suur erinevus [11].

Täna saadavalolevatest nutirakendustest on silmapaistvamad teejuhid sihtkohast autentseimate elamuste saamiseks (LocalYoo) või miks mitte einestamiseks koos kohalikega nende kodus

(EatWith) ja rakendused, mis aitavad säästa majutuselt (Roomer) ja lennupiletitelt (FairFly). Nutiturismi sisu seisnebki paljuski selles, et turisti staatusega ei kaasneks teenuse ja toodete ülehindamist pakkujate poolt. See on stimuleerinud märgatavalt turismireiside kasvu kogu maailmas.

Sõidujagamisteenus

Täna on Eesti populaarseim sõidujagamisrakendus Taxify, mille abil saab teenust tellida ka väiksemates linnades nagu Pärnu, Rakvere jt. Maailma mastaabis on võrreldav teenuse vahendaja platvorm nimega Uber (USA), mida saab Eestis kasutada vaid Tallinnas. Kohalikul turul on veel mõned väiksemad platvormid (Taxigo, Drivr jt), kuid nende siht on pigem taksofirmade teenuste vahendamine. Ameerika Ühendriikides pakub Uberile konkurentsi platvorm nimega Lyft.

Ühe näitena vajaduspõhisest transporditeenusest turismipiirkonnas võib tuua Ameerika Ühendriikidest, kus sõidujagamisrakendus Uber laiendas oma teenuse kättesaadavust California lõunaosas asuvatele viinamarjakasvatuse ja veinivalmistamisega tegelevale alale, mis on samal ajal vähendanud veinituuri teenuse hinda orienteeruvalt 50%, loonud võimaluse kogukonnal turismitegevusse panustada ja sellest kasu saada ning aidanud vähendada alkoholi tarbimisega kaasneva joobes sõidukijuhtimist [19].

Sõidujagamisteenus sarnaneb oma olemuselt taksoveoteenusele, kuid olulise erinevusena on sõidujagamisteenuse vahendaja ja tasu arvestaja infoühiskonnateenus [20]. Sellest tulenevalt erinevad sõidujagamisteenusele kehtivad nõuded, sõitja ja sõiduki identifitseerimine, taksoveoteenuse omadest.

Olulisimad reaalarajas sõidujagamist defineerivad kriteeriumid on selles osalejate ühekordne soov liikuda sarnasel ajal sarnasest lähtepunktist sarnasesse sihtpunkti ja lühike etteteatamisaeg [1]. Sõidujagamisteenus toetub tehniliselt kaasaegsele riistvarale, nutiseadmed, millel on võimekus kasutada reaalarajas internetiühendust ja gps-positsioneerimist, ning osapoolte kokkuleppel tänapäevastele infoühiskonnateenustele (nutirakendus, sotsiaalmeedia jms).

Lahemaa rahvuspark

Lahemaa rahvuspark on Eesti vanim ja külastatavaim riiklik rahvuspark, mida valitseb Keskkonnaamet (KKA) ja haldab Riigimetsa Majandamise Keskus (RMK). KKA ja RMK

koostöös Lahemaal toimetavate turismiettevõtjate ning valdkonnas tegutsevate mittetulundusühingutega on kaalumas võimalusi luua turismirakendus, mis võimaldaks ühelt poolt luua Lahemaa külastajail endale sobivaid turismimarsruute ja teiselt poolt kaasaks intensiivsemalt kohalikke kogukondi ja külaseltse suurendama turismipakkumist piirkonnas [2].

Taxify

Ülikiires kasvutempos sõidujagamisrakendusel Taxify on täna üle 10 miljoni kasutaja (sõitja) ja üle 500 000 sõidujagaja kokku 25 riigis. Taxify eesmärk on taksoveoteenuse osutamise kaasajastamine ja teenuse kättesaadavuse hõlbustamine sõitjatele. Taxify pakub hetkel oma teenust vaid linnakeskkondades, kuid üha suurenev turistide huvi loodusturismi vastu on ajend, mistõttu töö uurimisobjektiks on võetud Lahemaa rahvuspark Põhja-Eestis.

Giiditeenus

Turismiseaduse §16 põhjal on giid füüsiline isik, kes tutvustab huviväärsusi eelnevalt kokkulepitud programmi, marsruudi ja ajakava järgi ning on kohustatud oma tööalast kompetentsust tõestama. Giiditeenuse osutamist leiab enim aset linnakeskkonnas (linnagiidid), looduses (loodusgiidid) ja siseruumides (muuseumigiidid).

Külastaja teekond (visitor journey)

Külastaja teekonna mõiste puhul lähenetakse turismistrateegiate loomisele täies mahus külastajapõhiselt, jälgides sellega kaasnevaid sündmusi ja emotsioone alates planeerimisfaasist kuni kodukeskkonnast lahkumiseni ning koduteekonnast kuni võimaliku korduskülastuseni [21]. Sõidujagamisrakendusel on siin oluline potentsiaal külastaja teekonna uurimisel, kuna selle osalemine toodud reisijärkudes on tõenäoline.

1.2 Ühendteenuse eelised

Teenusepakkuja seisukohast ei vaja väikegruppidele suunatud teenuse osutamine märkimisväärseid rahalisi investeeringuid. Samuti lubaks tehnoloogiline baas esitada infot turistidele ka automatiseeritult, juhul kui teenusepakkujal puuduvad esialgu teadmised ja/või keeleoskus.

Rakenduse kasutaja seisukohast on suur eelis vajaduspõhise transpordi roll puuduva ühistranspordi asendamisel. Lahemaa rahvusparki Lääne-Virumaa poolsesse ossa (Käsmu, Võsu, Palmse) on võimalik sõita ühistranspordiga vaid maakonnakeskusest Rakverest. Harjumaa poolsesse ossa (Kolga, Loksa, Hara) viivad bussiliinid Tallinnast. Vaatamisväärsuste külastamiseks ei ole võimalik rahvusparki siseselt ühistranspordiga liikuda, samuti puudub taksovõrgustik ning külastustuuri koos transporditeenusega pakkuv giid on Lahemaal täna pigem erand.

2. METOODIKA

Antud uurimistöös on andmete kogumiseks kasutatud nii kvantitatiivset kui ka kvalitatiivset meetodikat. Tegemist on segameetodiga, mis liigitub integratiivseks teaduseks, mis ei lähtu niivõrd rangelt kehtivatest teooriatest, vaid püüab esmalt nähtust ehedalt tunnetada ning mõtestada seda seejärel erinevatest kontekstidest lähtudes [22]

Kvantitatiivset uurimismeetodit rakendati kahe erineva ankeetküsitluse läbiviimiseks.

Esimene ankeetküsitlus (Lisa 3) viidi läbi veebikeskkonnas ning oma kogemusi jagasid 2017. aasta suvel Lahemaa rahvusparki külastanud inimesed. Vastajad külastasid Lahemaa rahvusparki perioodil 1.06.2017 - 31.08.2017 ning peatusid sel perioodil Viinistu Art Hotel'is vähemalt 2 ööd. Valimi puhul on oluline eeldus, et külalised on Lahemaaga tutvumiseks pühendanud minimaalselt ühe täispika päeva. Küsimustik koosnes 15 küsimusest (Lisa 3) ning oli tõlgitud ka saksa- ja inglise keelde. Kokku saadeti märtsis 2018 välja e-posti teel 103 küsitlust, millele laekus 43 vastust: 24 inglise-, 15 saksa- ja 4 eesti keelt kõnelevalt külaliselt.

Teine ankeetküsitlus (Lisa 1), Taxify sõitjate seas, viidi läbi vahetus keskkonnas sõidujagamisteenuse osutamise ajal. Selleks osalesin teenusepakkujana (sõidujagajana) 2018. kevadel Tartus ning lisaks veoteenuse osutamisele palusin sõitjatel osaleda anonüümselt küsitluses, milles tuli neil vastata kokku 10 küsimusele, mis puudutasid nende seniseid nutirakenduse kasutusharjumusi ja hoiakuid töös käsitletavate teenuste ühendamisel tekkiva teenuse suhtes. Antud uurimusosas on tegemist mittetöenäosusliku sihipärase valimiga, kus esitasin osalustettepaneku uuritavatele tingimusel, et nende sõit kestab minimaalselt 5 minutit. Valimi esinduslikkuse huvides küsitlesin ka sama suurt hulka Taxify kasutajaid Tallinnas.

Osalust kasutati, kuna see võimaldas saada soovitud vastused kõige kiiremini otse allikast keskkonnas, mis soosis ka vastajate osalemist küsitluses (100% vastajatest nõustus ettepanekuga

kaasa lüüa). Kuna küsitlusankeedi täitmine võttis maksimaalselt 3-4 minutit järgnes uurimistöös osalemisele reeglina ka suuline diskussioon. Tulemusi kajastav koondtabel on lisatud uurimistöö lisana (Lisa 2).

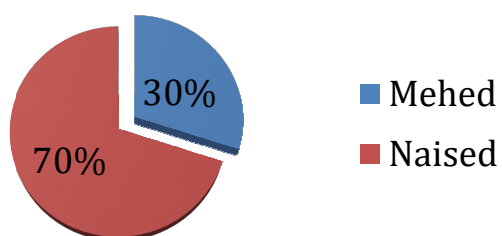
Lisaks on töö raames viidud läbi neli kvalitatiivset intervjuud - kolm osalejaintervjuud Lahemaa rahvusparki turismitegevuses kaasalööjaga ning üks ekspertintervjuu sõidujagamisrakenduse Taxify esindajaga. Osalejaintervjuud on viidud läbi vahetus suhtluskeskkonnas, ekspertintervjuu on võetud telefoni teel.

Kasutasin kvalitatiiv-kvantitatiivset meetodit, kuna töö kõrge praktilise väärtusega ning peaks tulemuste selgudes nii efektiivselt pärisellu rakendatav kui ka teoreetiliselt täiendatav, arendatav ja laiendatav.

3. TULEMUSED

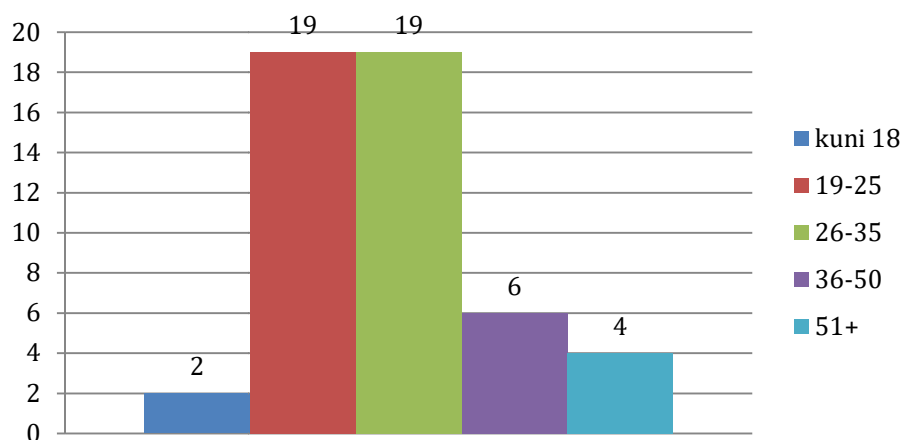
3.1. Taxify sõidujagamisrakenduse kasutajad

Vastuste tulemusena joonistub välja, et valdav enamus Taxify kasutajatest on naissoost (Joonis 1).



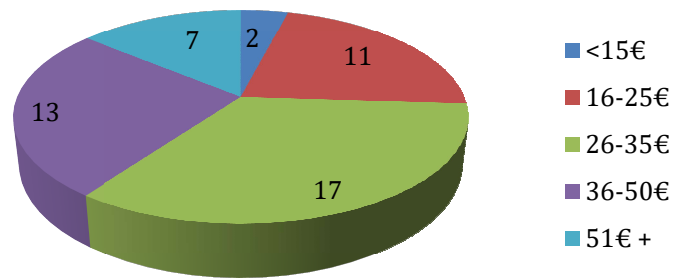
Joonis 1 - vastajate sooline jaotus

Domineeriv vanuserühm, 76%, on 19-35 aastased (Joonis 2).



Joonis 2 - vastajate vanuserühmad

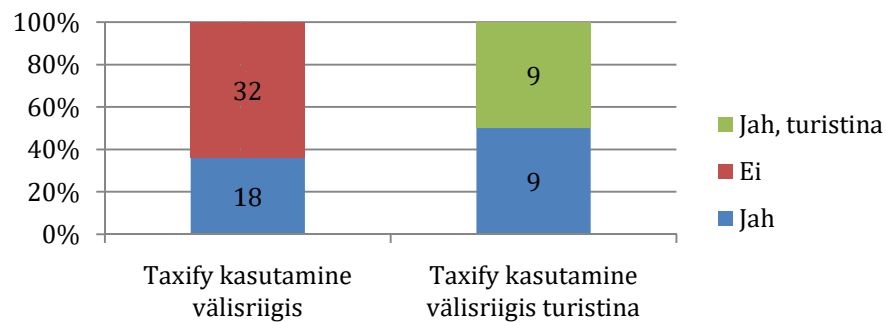
74% vastanuist arvestab turistina oma kulutusteks (ilma toidu ja majutuseta) mitte vähem kui 26€ päevas (Joonis 3).



Joonis 3 - Päevane kulutus turistina

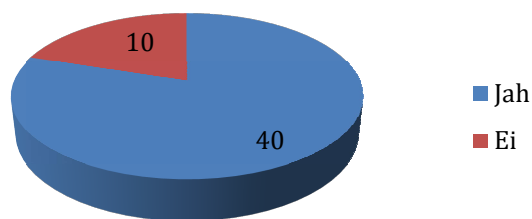
Küsitletutelt saadud tagasiside põhjal kasutab keskmine Taxify kasutaja rakendust 10 korda ühes kalendrikuus.

Kõigist vastanuist 18 (36%) on kasutanud rakendust välisriigis, neist pooled ka turistidena sihtkoha ja vaatamisväärsustega tutvumiseks (Joonis 4).



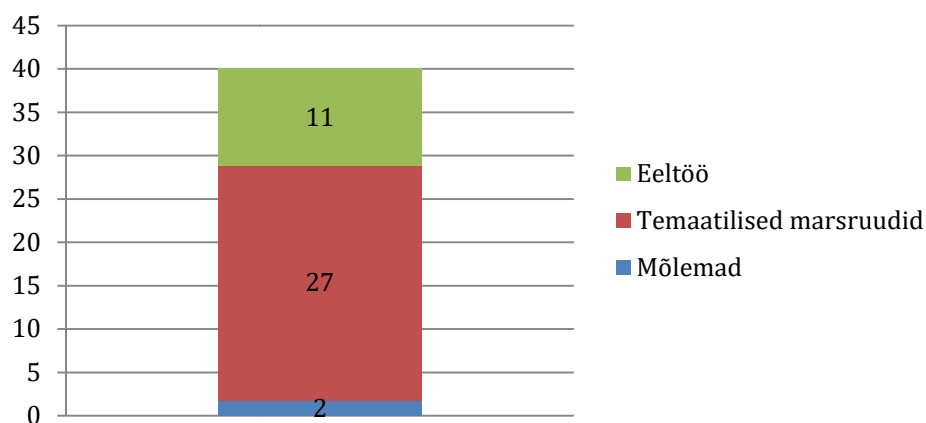
Joonis 4 - Taxify kasutamine väljaspool Eestit

80% vastanutest peab sõidujagamisteenuse ja giiditeenuse ühildamist mõistlikuks ning kasutaks selliselt ühendatud teenust ka väljaspool tavakasutust (Joonis 5).



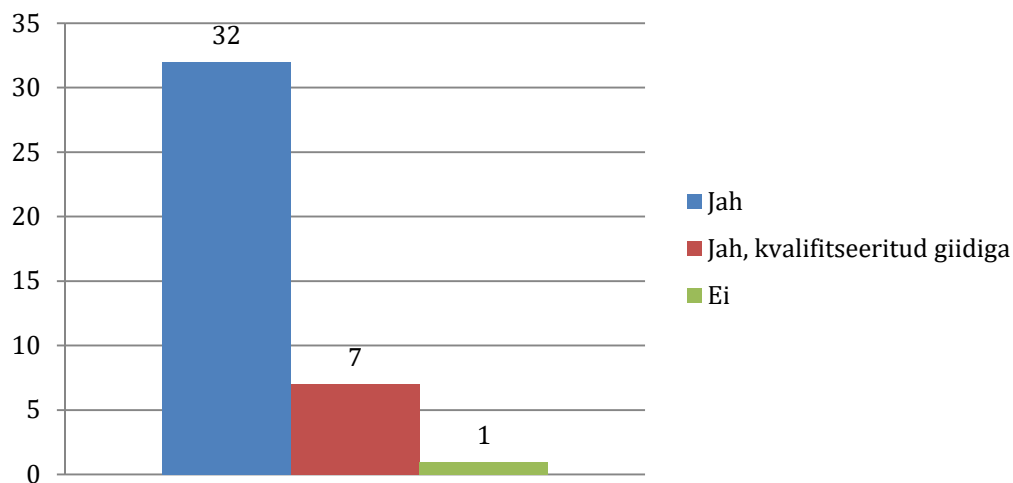
Joonis 5 - Ühendatud teenuse potentsiaalsed kasutajad

Ühendatud teenuse pooldajatest 11 inimest (27,5%) eelistaks vaatamisväärsuste külastamiseks teha ise eeltöö vastavalt oma huvidele, 27 inimest (67,5%) eelistab kasutada temaatilisi marsruute teenusepakkuja poolt ja kaks vastajat (5%) kasutaksid mõlemat võimalust (Joonis 6).



Joonis 6 - Külastatavate sihtkohtade planeerimine

40 vastajast 39 (97%) on huvitatud kasutama giiditavat sõidujagamisteenust ka väljaspool linnakeskkonda, kui seda osutab kohaliku kogukonna liige ja vähem kui viiendik neist peab vajalikuks, et juht omaks giidi kutsekvalifikatsiooni tunnistust (Joonis 7).

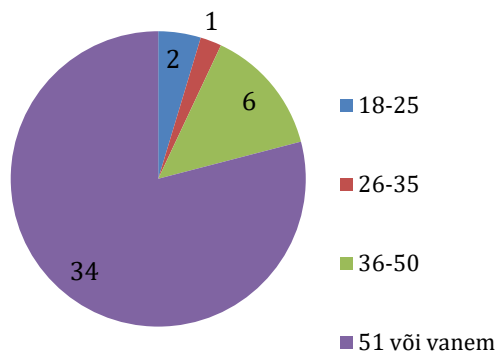


Joonis 7 - Elamustransporditeenus väljaspool linna

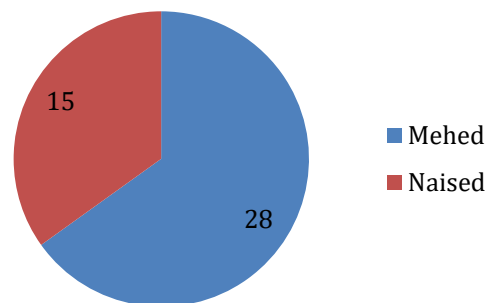
Kahe teenuse ühendamisel tekkiva elamustransporditeenuse pooldajatest 85% eelistab infot vaatamisväärsuste kohta saada sõidukijuhilt verbaalselt.

3.2. Lahemaa rahvusparki külastajad

Tagasisidet andnud külalistest 79% (34 inimest) kuuluvad vanuserühma 51 eluaastat või vanem (Joonis 8), 65% vastanuist on mehed (Joonis 9) ning 44% neist külastas Lahemaa koos ühe kaaslasega. 40 juhul 43-st (93%) võib eeldada, et reisiseltskond mahtus ühte sõiduautosse (reisiseltskonna suurus 1-4 inimest).

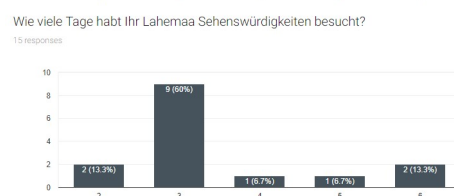
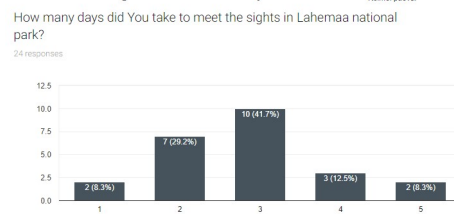
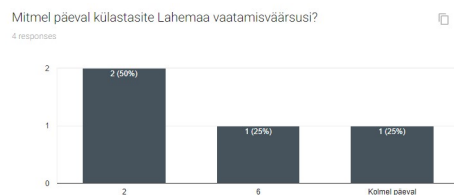


Joonis 8 – vastajate vanuserühmad

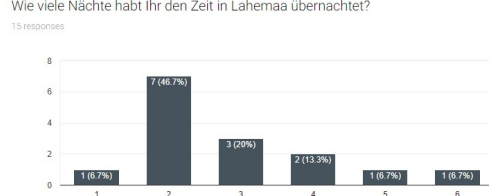
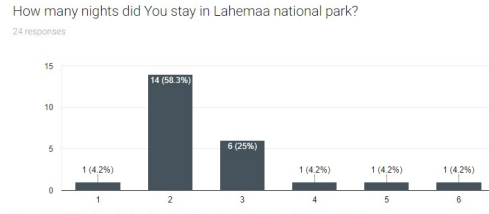
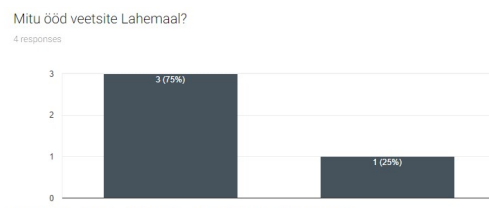


Joonis 9 – Vastajate sooline jaotus

Lahemaa rahvusparkiga tutvumiseks planeeris 47% vastanuist aega 3 päeva, 26% pidas piisavaks 2 päeva (Joonis 10). 40% vastanuist eelistas Lahemaa külastuse ajal peatuda enam, kui ühes rahvusparki alal asuvatest majutusasutustest (Joonis 11).

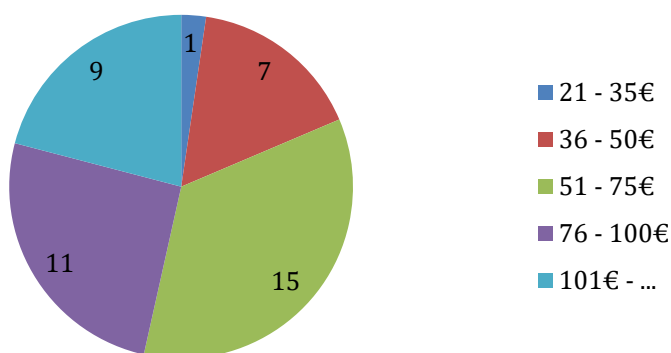


Joonis 10 – Planeeritud külastusaeg



Joonis 11 – Peatumiskohtade arv

Vastanute päevane reisieelarve ühe külastaja kohta oli 81% külastajail vähemalt 51€, üle poolte neist (20 inimest) arvestas päevase väljaminekuga 76€ või enam (Joonis 12). 10% puhul vähemalt 51 eurose väljaminekuga päevas arvestanutel kulus nende eelarve pea täielikult (91-100%) majutuse ja toitlustuse peale, 90% neist kulutas lisaks turismiteenustele ja -toodetele keskmiselt 17 eurot päevas.



Joonis 12 – Rahaline kulutus päevas

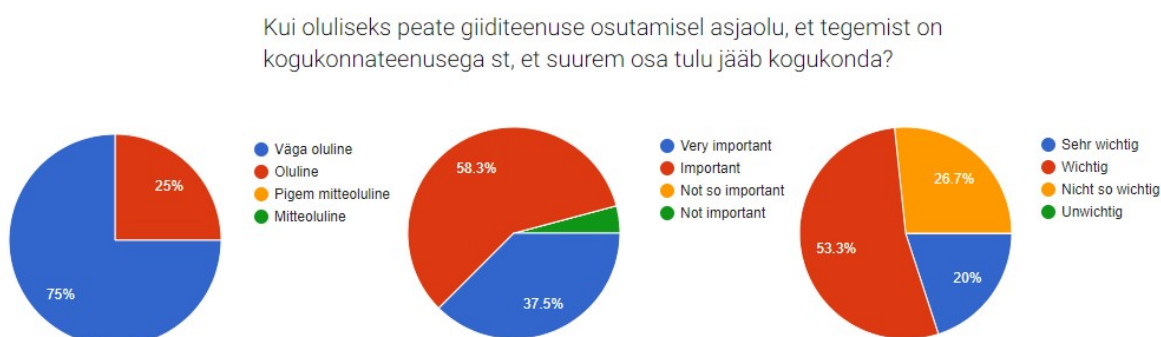
Vähem kui neljandik (23%) vastanutest tutvusid oma külastuse ajal kohaliku inimesega, kes ei olnud seotud otseselt neile teenuste osutamise või toodete müügiga, 84% pidas tutvumist kohalikega reisisoovituste saamise eesmärgil heaks mõtteks.

Uuringust selgub ka, et 86% vastanuist ei oma oma nutiseadmes sõidujagamisrakendust, kuid pooled neist kaaluksid rakenduse kasutamist, kui teenuses oleks ühendatud sõidujagamine ja giidimine.

Kaks kolmandikku vastajaist eelistaks ühendatud teenuse puhul saada infot autojuhilt, kolmandik automatiseerituna sõiduki kõlaritest.

Loodusesretkedel eelistavad nutirakendust inimgiidile teejuhina 12% vastanuist, kuid mitmed vastajad on viidanud oma vastuses, et neil puudus oma külastuse ajal rahuldav ligipääs infole nii giidide kui ka Lahemaa vaatamisväärsuste kohta.

88% vastajatest peab oluliseks, et giiditeenus ja selle osutamine oleks seotud kohaliku kogukonnaga, nõnda arvanuist pea kaks kolmandikku leiab, et maksimaalse tulu jäämine kogukonda on väga oluline (Joonis 13).



Joonis 13 – Raha kogukonda jäämise olulisus

3.3. Osalejaintervjuud Lahemaa rahvuspargis

Intervjuud viidi läbi Lahemaa rahvuspargi alaliste elanikega 2018 aasta kevadel. Kolmest intervjuust kaks olid individuaalintervjuud, ühe puhul oli intervjuueeritavaks abielupaar. Kõik intervjuueeritavad on seotud turismitegevusega Lahemaal, küll aga on turismipakkumises

osalemine kõikidele kõrvaltegevus. Käesoleva lõputöö teema seisukohalt on tegemist potentsiaalsete elamustransporditeenuse pakkujatega, sest lisaks ajaressursile on kõigil neil olemas ka auto ja selle juhtimisõigus. Kõik küsitletud kuuluvad vanusegruppi 30-45 eluaastat ja tegutsevad peamiselt Lahemaa rahvuspargi Harju maakonda jääval alal.

Individuaalintervjueeritavate tegevusvaldkonnad Lahemaa turismis on loodusgiid ja retkejuht, intervjueeritud abielupaar tegeleb hooajaliselt kodumajutuse pakkumisega kodujagamisportaali Airbnb vahendusel.

Intervjuude aluseks olnud küsimustik on leitav käesoleva lõputöö lisadest (Lisa 4).

Kogutud info põhjal on kõikidel intervjueeritud alaline kontakt Lahemaa rahvuspargiga mitte lühem, kui 10 aastat. Laiemas plaanis ulatuvad kõikide esmakogemused Lahemaast ja selle loodusest lapsepõlve.

Turismitegevuses osalemise kogemus jääb kõikidel intervjueeritud vahemikku 2-5 aastat. Mis annab tunnistust turismist kui populaarsust koguvast suunast Lahemaal on loodusgiidi huvi panustada suuremalt valdkonna arendamisse, retkejuhi äsjane õppima asumine kvalifikatsiooni saamiseks ning ettevõtte ja veebilehega väljatulek ning majutuspakkujate huvi muuta oma külaliste külastuskogemus veelgi paremaks läbi mitmekülgsemate ajaveetmisvõimaluste pakkumise.

Oma turismipakkumisel puutuvad nad kõik kokku otseselt oma klientidega ning nõustuvad, et kohaliku kogukonnaliikmega kokkupuude on, eriti välisturistide puhul, üks võtmetegur kliendirahulolu tagamiseks. Kokkupuutel oma külalistega on enim huvi üles näidatud kohalike tootlustuskohtade vastu, veidi vähem majutuse kohta. Vastajate hinnangul omavad need kaks valdkonda ka enim ruumi turismipakkumise kasvatamiseks. Üldiselt on oodatust väiksem huvi vaatamisväärsuste kohta, mis aga on tõenäoliselt põhjendatud varem tehtud kodutööga. Merele pääsemise võimaluste kohta uurimist on esinenud pigem juhtudel, kui meri on silmaulatuses. Kohalikud kultuurisündmused Lahemaad külastavaid turiste eriti ei paelu.

Jagades soovitusi oma klientidele peavad kõik oluliseks tulu jäämist kogukonnale, kuid märkimisväärset koostöövõrgustikku saadud vastuste põhjal Lahemaal ei ole. Intervjueeritavad

põhjendasid seda kas pakkujate puudumise või olemasolevate pakkujate madala koostöövalmidusega.

Lahemaa rahvusparki ja selle elukeskkonda puutuvate avaliku sektori asutuste, Keskkonnaamet, Riigimetsa Majandamise Keskus ja kohalik omavalitsus, otsest tuge ükski vastaja turismitegevuses ei tunneta. Kohalikult omavalitsuselt seda ka ei oodata ning kuigi Keskkonnaameti haldusallas on külastuskorraldus rahvuspargis, jääb vastanute arvates enim vajaka turismikorraldusest Lahemaal. Küll aga on positiivseid kogemusi teadmiste jagamiseag viimastel aastatel KKA ja RMK poolt.

Turismiväärtuste loomise kasvu, küll aeglast, on täheldanud kõik vastajad. Üldiselt peetakse siin takistuseks eestlaste tagasihoidlikku natuuri ja vaoshoitust oma eluolu ja kultuuri tutvustamisel. Sama tegur kumab läbi ka teemas, mis puudutab teadmiste ja kogemuste jagamist omavahel. Lisaks peetakse suurimaks takistavaks teguriks liigselt üksteise positsioneerimist konkurentidena.

Nutiajastu tehnoloogiate ja uute võimaluste avanemine on kõikide vastajate jaoks küll rohkemal või vähemal määral meeldiv paratamatus, kuid pigem usutakse, et need ei vaheta välja klassikalisi infokandjaid nagu brožüür ja infotahvel.

Loodusturismi sihtkohtade digitaliseerimist pooldatakse üldiselt, kuid seda teatava piirini, kus potentsiaalsel külalisel jääks ka avastamisrõõmu kohapeal. On ka arvamus, et paljud sellised projektid jäävadki paraku vaid nõ kaante faasi st luuakse projekti korras fassaad, kuid sisuloomega edasi ei minda ja lauale jääb tööriist, mida keegi ei kasuta.

Potentsiaalse elamustransporditeenuse osas jagunevad arvamused kõikidel vastajatel unikaalses suunas – on skeptitsismi ja vajadust saadud tõestus nõudluse olemasolust aga on ka hoiakud, mis toetavad pakkumispõhist lähenemist. Viimaste puhul kaldub eelistus sinna suunda, et vähemate riskidega oleks seotud nutimaailma siseneda rakendusega, millel on juba kasutajaskond ja potentsiaal pakkuda neile lisaväärtust turismiteenuse abil. Ideed toetavate seisukohtade puhul rõhutatakse ka autentsete elamuste pakkumise vajadust, millest üheks olulisemaks oleks ka

teenusepakkuja vahetu suhtlus külalis(t)ega. Automatiseeritud infoedastuse korral leiatakse, et see tuleks liigselt eheda elamuse arvelt.

Ühendatud teenustega rakenduse potentsiaali võtta kande roll giidide koolitamisel pigem ei nähta. On arvamus, mille kohaselt peaks teenusepakkujal olema vastav kvalifikatsioon juba varem ja on arvamus, mille kohaselt kohalikud kogukonnad pigem väldivad kokkupuuteid turistidega. Samas, on vastukaaluks ka arvamus, et ehk on sellise initsiatiivi toel mõistlik kogu giidimise kontseptsiooni ümberhindamine kohalike elamuste pakkumisele ja pakkujatele.

3.3.1. Tsitaadid intervjuudest

- „Puutume kokku oma külalistega ja möödunud hooajal oli meil oma kohustuste tõttu paar juhtumit, kus organiseerisime oma külalistele igati pehme maandumise meie poolt renditavasse majja, kuid omal ei olnud võimalust kohal olla. Sealt saime aga tagasiside, kus seda märgiti ära negatiivse tegurina. Soovitakse personaalset suhtlemist ning kuigi hinnangutärnid ei langenud, lisandusid sellele tähelepanu juhtivad kommentaarid vahenduskeskonda. Meil on ka omal kogemused välisreisidelt, kus peatusime Airbnb vahendusel kohalike kodudes ning oleme ka ise tundnud, kuivõrd oluline on kohtumine teenusepakkuja endaga selle tunde tekkimiseks, mida me nimetame olla teretulnud”.
- „Minu hinnangul peaks loodusväärtuslike piirkondade digitaliseerimisel olema eelisõigus selle üle otsustamiseks kohalikul kogukonnal”.
- „Pigem leian, et giid peaks oma kvalifikatsiooni ikkagi saama varem ja antud viisil teenuse vastu, kus kohalik küll sõidutab aga ei räägi, puudub vajadus. Kogukonna koolitamisel suhtun nutirakendustesse pigem skeptiliselt, kuna mul puudub omal kasutamiskogemus”.
- „Kogukonnaliikmete seas ma kasvu ei tunneta, küll aga on kasvanud huvi turismindusse panustada nende seas, kes viibivad siin ajutiselt (suvitajad) ja nende seas, kes näiteks maakonnas või naabermaakonnas turismindusega juba tegelevad”.
- „Olen ise suur raamatuhuviline ja eksisteerisin kuni oma ettevõtte loomiseni täitsa edukalt ilma sotsiaalmeediata. Aga ettevõtte turundamiseks ei näe ma paremat kanalit. Reklaamvoldikud olen siiani välistanud”.

- „Tundsin esimest korda soovi oma kodukanti ja loodust tutvustada oma esimesel välisreisil ja siit parafraseeriksin ka üht kõigile tuntud ütlust, mis minu hinnangul kuluks marjaks ära eestlastele, kes elavad kõrge turismiväärtusega piirkondades - enne kui lähed Nuustakule, käi ära Pariisis”.
- „Kindlasti on see isiksustest tulenev ja Lahemaal on neid, kes defineerivad mistahes teisi inimesi valdkonnas konkurentidena. Samas, esineb ka neid, kellega mõttevahetustest tekib uusi ideid ja nende kasutamisele ei seata piiranguid. Peame ennast seal kuskil vahepeal olijaiks, sest raske on vahetada mõtteid või jagada kogemusi nendega, kellede puhul on kogemusi keskmisest kõrgema omakasuvajadusega ja moondunud/moonutatud info edastamisega”.

3.4 Ekspertintervjuu Taxify esindajaga

Ekspertintervjuu viidi läbi 2018. aasta kevadel sõidujagamisrakenduse Taxify esindajaga, kes liitus ettevõttega viienda töötajana ning tegeleb täna ettevõttes laienemise juhtimisega.

Intervjuu viidi läbi telefoni teel ning selle aluseks olnud küsimustik on leitav antud uurimistöö lisadest (Lisa 5)

Intervjueeritu profiil ühtis keskmise Taxify kasutaja igakuise rakenduse kasutuskordade (10-15) koha pealt, erinedes siinkohal ilmselt tööst tuleneva kasutuskogemusega kõikides Euroopa riikides ja Aafrikas. Samuti on vastaja kasutanud rakendust turistina.

Taxify kasutajaskonnast 1,7% on kasutanud rakendust sõitudeks kahes või enamas riigis, mis teeb kasutajate orienteeruvaks absoluutarvuks 170 000.

Giidi- ja sõidujagamisteenuse ühendamisse oli vastaja suhtumine üldiselt toetav, kuid teatud tingimustel oli vastaja eelistus tulla lahendusega välja nullist alustava start-up ettevõtteks. Olemasolev tehniline võimekus lubaks lisada piiratud hulga lisavõimalusi olemasolevale

rakendusele. Kuigi Taxify hindab juba täna uutele turgudele minekul sealset turistide osakaalu, kuid peamiseks kriteeriumiks on püsivasustusest tulenev turu suurus.

Täna on Taxify eesmärk muuta kardinaalselt sõitjateveo turu aluspõhimõtteid ning seetõttu ollakse rohkem orienteeritud ka sõitjate vajadustele ja vähem võimalustele, mida rakenduses saaks luua teenusepakkujatele.

Taxify esindaja hinnangul on tänase hinnastamise juures piisavalt ruumi uute funktsioonide integreerimiseks ja nende eest kõrgema tasu küsimiseks, kuid siiski vaid linnakeskkonnas.

Ettevõttes on ka varasemalt kaalutud lisavõimaluste loomist oma kasutajatele (pakivedu, ühistransporditeenus), kuid hetkel keskendutakse hästi toimiva platvormi loomisele, millele juba peagi oleks lihtne lisafunktsioone juurde liita. Uute suundade korral kaldub ettevõtte eelistus kasutada teadmisi rakenduse abil sinnamaani kogutud andmetele tuginedes, tänases situatsioonis on lisafunktsioonide pakkumine võimalik vaid läbi partnerluse teenusepakkuja ning tema ideedega.

4. JÄRELDUSED

Kogutud info põhjal saab autor vastused töö alguses esitatud uurimisküsimustele:

- Tehnoloogiliselt on sõidujagamiskendusel Taxify olemas võimalused lisafunktsioonide lisamiseks. Kuna aga hetkel keskendutakse täiel määral taksoteenuse toimemehhanismide taasloomisele ning uutele suurtele turgudele tiheasustuses (miljonilinnad) ollakse küll lisafunktsioonidele avatud, kuid mitte initsiatiivikad arendustegevust vedama. Viimast toetab ka uurimistöös läbi viidud Lahemaa külastusuuring, mille põhjal ei ole sõidujagamiskendused välismaal saavutanud piisavat populaarsust ning madal protsent neid kasutajaid, kes on kasutanud sõidujagamisteenust väljaspool oma koduriiki.
- Taxify kasutajad Eestis on ühendteenusena toodud lisavõimalusest vägagi huvitatud ja näevad sellel võimalusi ka väljaspool linnakeskkonda.
- Töö hüpoteesis toodud sihtkohas, Lahemaa rahvuspargis, on hoiakud osalt pragmaatilised – soovitakse tajuda selgeid ilminguid nõudluse olemasolust. Teiselt poolt oli tunda ka uuendusmeelsust – tõstatati küsimus giidide ja giidimise ümbermõtestamiseks või hoopis uue peatüki avamiseks elamustepakkujatele ja kohatutvustajatele.

Ülaltoodu põhjal on autor järeldusel, et nõudlus kohalikul turul on sellisele ühendteenusele olemas ning sõidujagamiskenduse avatus lisafunktsioonide arendamisele koostöös partneriga lubab antud töö rakendamist pärisellu. Samas, kuna linnavälises keskkonnas ei ole just väga palju neid, kellel oleks kogemusi ei kasutajana ega teenusepakkujana sõidujagamiskenduses, siis on jätkuvalt õhus piisavalt küsimusi, et uurimistööga tulevikus edasi liikuda. Viimasest tulenevalt näeb autor hüpoteesi võimalikku ellurakendamist hetkel veel tiheasustustes.

KOKKUVÕTE

Viimane kümnend on endaga toonud kaasa meeletu info- ja kommunikatsioonitehnoloogia arengu, millega on kaasnenud suure osa füüsilise maailma digitaliseerumine. Klassikalised ärimudelid muutuvad hetkega aegunudeks ning mistahes elu- ja majandusvaldkondades kogeme üsna tihti *start-up* revolutsioone. Nii ka turisminduses, kus nutiturismi toimepõhimõte, luua kasu kõikidele selles osalejatele, on kasvatanud hüppeliselt reisivate inimeste hulka maakeral.

Üks viimaseid silmapaistvaid arenguid on just praegu leidmas aset transpordikorralduses ning vajaduspõhine sõidujagamisteenus on palavikulise kiiruse arenemas pea kõikidel kontinentidel. Võidujooksu eesotsas on ka Eesti taustaga rakendus Taxify. Samal ajal on turismindus, nii Eestis kui mujal maailmas, otsimas tugevaid puutepunkte digitaalse maailmaga, et üha populariseeruvast nutiturisminduses olema olla ja selle väärtusloome ja kasusaamise protsessides kaasa lüüa.

Käesoleva töö uuris hüpoteesi „Kas sõidujagamisteenus ja giiditeenus on ühildatavad Lahemaa rahvuspargis?” võttes uuritavateks subjektideks sõidujagamisteenuse Taxify ja Eesti külastatavaima loodusturismi sihtkoha Lahemaa rahvuspargi.

Uurimistöö käigus küsitleti kvantitatiivsel meetodil (ankeetküsitlus) Lahemaad juba külastanud turiste ning Taxify teenust püsivalt kasutavaid inimesi. Kvalitatiivse meetodi (intervjuud) abil uuriti hoiakuid sõidujagamistehnoloogia arendajalt ning potentsiaalsetelt teenuseosutajatelt Lahemaa rahvuspargis.

KASUTATUD ALLIKAD

1. Amey, A (2011). “Real-Time” Ridesharing – The Opportunities and Challenges of Utilizing Mobile Phone Technology to Improve Rideshare Services
2. “Üle Lahemaa kulgev turismimarsruut nutitelefonil – kavas on koostada rahvusparki turismiäpp”, Sõnumitooja 14.02.2018 (<https://goo.gl/Cpskej>)
3. Idee: väljasurnud bussiliine hakkab asendama postiljon, Postimees 4.02.2018 (<https://www.postimees.ee/4395741/idee-valjasurnud-bussiliine-hakkab-asendama-postiljon>)
4. Hunter, W.C.; Chung, N.; Gretzel, U.; Koo, C. Constructivist research in smart tourism. Asia Pac. J. Inf. Syst. 2015
5. Porter, M.E. and Heppelmann, J.E. (2014), “How smart, connected products are transforming competition”, Harvard Business Review
6. Neuhofer, B., Buhalis, D. and Ladkin, A. (2012), “Conceptualising technology enhanced destination experiences”, Journal of Destination Marketing & Management.
7. Meijer, A. and Bolívar, M.P.R. (2015), “Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance”, International Review of Administrative Sciences
8. Townsend, A.M. (2013), Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia, W.W. Norton & Company, New York, NY.
9. Hjalager, A.-M. (2010), “Progress in tourism management: a review of innovation research in tourism”, Tourism Management
10. Mobiilpositsioneerimise andmed 2016: väliskülastajad Eestis (83 suurema osatähtsusega riiki), www.visitestonia.com
11. Ulrike Gretzel & Marianna Sigala & Zheng Xiang & Chulmo Koo (2015), Smart tourism: foundations and developments, Electron Markets (2015)
12. Gretzel, U.; Werthner, H.; Koo, C.; Lamsfus, C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. Comput. Hum. Behav. 2015

13. Meijer, A. and Bolívar, M.P.R. (2015), "Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance", *International Review of Administrative Sciences*, Vol. 82 No. 2, pp. 392-408.
14. Xiongb Wu^{1,2}, Hongzhi Guan^{1,2}, Yan Han² and Jiaqi Ma³ (2017), A tour route planning model for tourism experience utility maximization, *Advances in Mechanical Engineering* 2017
15. Joanna Haugen (2018), The Intersection of Adventure Travel and Community Tourism, <https://www.adventuretravelnews.com/the-intersection-of-adventure-travel-and-community-tourism>
16. Negru,sa, A.L.; Toader, V.; Sofica, A.; Tutunea, M.F.; Rus, R.V. Exploring gamification techniques and applications for sustainable tourism. *Sustainability* 2015, 7, 11160–11189. [CrossRef]
17. Budeanu, A. Sustainable tourist behavior—A discussion of opportunities for change. *Int. J. Consum. Stud.* 2007, 31, 499–508. [CrossRef]
18. Caragliu, A., Del Bo, C. and Nijkamp, P. (2011), "Smart cities in Europe", *Journal of Urban Technology*, Vol. 18 No. 2, pp. 65-82.
19. Sarika Chawla (2015), How Uber Is Changing the Way Drunk People Take Wine Tours, https://munchies.vice.com/en_us/article/jpab98/how-uber-is-changing-the-way-drunk-people-take-wine-tours
20. Ühistranspordiseadus, <https://www.riigiteataja.ee/akt/%C3%9CTS>
21. Mandy Lane, (2007) "The Visitor Journey: the new road to success", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 19 Issue: 3, pp.248-254
22. Lembit Õunapuu (2014), KVALITATIIVNE JA KVANTITATIIVNE UURIMISVIIS SOTSIAALTEADUSTES, http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/36419/ounapuu_kvalitatiivne.pdf

LISAD

Lisa 1 - Küsimustik Taxify kasutajatele

1. TEIE VANUS
<input type="checkbox"/> KUNI 18 <input type="checkbox"/> 19-25 <input type="checkbox"/> 26-35 <input type="checkbox"/> 36-50 <input type="checkbox"/> 51 JA VANEM
2. TEIE SUGU
<input type="checkbox"/> MEES <input type="checkbox"/> NAIN
3. MITU KORDA KUUS, ORIENTEERUVALT, KASUTATE TAXIFY TEENUST?

4. KAS OLETE KASUTANUD TAXIFY'D KA VÄLISRIIGIS?
<input type="checkbox"/> JAH <input type="checkbox"/> EI
5. KUI JAH, SIIS KAS KA TURISTINA (VAATAMISVÄÄRSUSED, TUTVUMINE PIIRKONNAGA)?
<input type="checkbox"/> JAH <input type="checkbox"/> EI
6. KAS KASUTAKSITE TAXIFY'D VÄLIASPOOL OMA KODULINNA (K.A. VÄLISRIIGIS), KUI TEENUSES OLEKS VÕIMALIK ÜHENDADA TRANSPORDI- JA GIIDITEENUS?
<input type="checkbox"/> JAH <input type="checkbox"/> EI

NEI KUI VASTASITE "EI" LIIKUGE OTSE VIIMASE KÜSIMUSE JUURDE

7. KUI JAH, SIIS KAS EELISTAKSITE VALIDA SOBIVAD SIHTPUNKTID ISE (EELDAB EELTÖÖ) VÕI KASUTADA EELVALITUD MARSRUUTE VASTAVALT TEIE HUVIPAKKUVATELE TEEMAVALDKONDADELE?
<input type="checkbox"/> EELTÖÖ <input type="checkbox"/> MARSRUUDID
8. KUI JAH, SIIS KAS EELISTAKSITE SAADA INFOT KÜLASTATAVATE OBJEKTIDE KOHTA AUTOJUHT-GIIDILT VÕI AUTOMATISEERITUNA SÕIDUKI VALJUHÄÄLDITEST?
<input type="checkbox"/> AUTOJUHT-GIID <input type="checkbox"/> AUTOMATISEERITUD
9. KAS KAALUKSITE GIIDIGA SÕIDUJAGAMISTEENUST KA VÄLIASPOOL LINNAKESKKONDA (RAHVUSPARGID, VÄIKESAARED JMS), KUI SEDA OSUTAKSID KOHALIKU KOGUKONNA LIIKMED?
<input type="checkbox"/> JAH <input type="checkbox"/> EI <input type="checkbox"/> JAH, KUI TEENUST OSUTAB KUTSELINE GIID
10. MILLISESSE SUURUSJÄRKU VÕKS JÄÄDA TEIE KULUTUS TURISMITEENUSTELE SIHTKOHAGA TUTVUMISEL ILMA MAJUTUST JA TOITLUSTUST SINNA SISSE ARVESTAMATA (PÄEVA KOHTA)?
<input type="checkbox"/> KUNI 15€ <input type="checkbox"/> 16-25€ <input type="checkbox"/> 26-35€ <input type="checkbox"/> 36-50€ <input type="checkbox"/> 51€ VÕI ROHKEM

Lisa 2 - Taxify kasutajate vastused

[illegible]

Lisa 3 - Lahemaa külastusuuring

4/23/2018

Külastusuuring: Lahemaa (EST)

Külastusuuring; Lahemaa (EST)

* Required

1. Teie vanus *

Mark only one oval.

- ☐ ... - 17
☐ 18 - 25
☐ 26 - 35
☐ 36 - 50
☐ 51 - ...

2. Teie sugu *

Mark only one oval.

- ☐ Mees
☐ Naine

3. Mitmest inimesest koosnes Teie reisiseltskond? *

4. Mitmel päeval külastasite Lahemaa vaatamisväärsusi? *

5. Mitu ööd veetsite Lahemaal? *

6. Milline oli orienteeruv rahaline väljaminek ühes päevas (1 inimese kohta) Teie külastusel Lahemaal? *

Mark only one oval.

- ☐ ... - 20€
☐ 21 - 35€
☐ 36 - 50€
☐ 51 - 75€
☐ 76 - 100€
☐ 101€ - ...

<https://docs.google.com/forms/d/1Ha62PUjNlmSke2Q5vgRn7auEV2yIkM-B3G4zMa0M0/edit>

1/3

<https://docs.google.com/forms/d/1Ha62PUjNlmSke2Q5vgRn7auEV2yIkM-B3G4zMa0M0/edit>

3/3

4/23/2018

Külastusuuring: Lahemaa (EST)

7. Kui suur oli sellest väljaminekust majutuse ja toitlustuse osakaal (%) kokku? *

Mark only one oval.

- ☐ 0 - 33%
☐ 34 - 50%
☐ 51 - 75%
☐ 76 - 90%
☐ 91 - 100%

8. Kas tutvustate oma külastuse ajal ka kogukonna liikmetega, kes ei osutanud Teile otseselt teenuseid või müünud tooteid? *

Mark only one oval.

- ☐ Jah
☐ Ei

9. Kas Te soovite tutvuda kohaliku kogukonna liikmetega reisisoovituste saamise eesmärgi? *

Mark only one oval.

- ☐ Jah
☐ Ei

10. Kas kasutate oma nutiseadmes mõnda sõidujagamiskendust? Uber, Taxify jms? *

Mark only one oval.

- ☐ Jah
☐ Ei

11. Kas olete kasutanud transporditeenuse saamiseks sõidujagamiskendust ka väljaspool Eestit? *

Mark only one oval.

- ☐ Jah
☐ Ei

12. Kas kaaluksite sõidujagamiskenduse kasutamist välisriigis, kui teenuses oleks ühendatud transport ja giiditeenus? Palun põhjendage *

<https://docs.google.com/forms/d/1Ha62PUjNlmSke2Q5vgRn7auEV2yIkM-B3G4zMa0M0/edit>

2/3

4/23/2018

Külastusuuring: Lahemaa (EST)

13. Kas eelistaksite sellise ühendatud teenuse korral saada infot külastatavate objektide kohta Teid sõidutaval juhul või automatiseerituna (GPS-põhine) sõiduki valjuhäälditest? *

Mark only one oval.

- ☐ Autojuht-giid
☐ Automatiseeritud

14. Kas eelistaksite loodusretkel giidina inimest või rutiinilendust? Millised oleksid Teie eelistatud valiku eelised? *

15. Kui oluliseks peate giiditeenuse osutamisel asjaolu, et tegemist on kogukonnateenusega st, et suurem osa tulu jääb kogukonda? *

Mark only one oval.

- ☐ Väga oluline
☐ Oluline
☐ Pigem mitteoluline
☐ Mitteoluline

Powered by
Google Forms

Lisa 4 – Osalejaintervjuude küsimustik

Teie seotus Lahemaaga?

Teie kokkupuude turismiga?

Kas puutute ise kokku oma külalistega?

Kui paljud teie külalistest on küsinud soovitusi Lahemaal:

- Vaatamisväärsused
- Toitlustus
- Majutussoovitused
- Kultuurisündmused
- Pääs merele

Kas ja kui palju on teil soovitatavaid koostööpartnereid, kelle puhul te teate, et saadav tulu jääb kogukonda? Kas peate seda oluliseks?

Kuivõrd tunnete te, turismiasjalistena, tuge mõnelt lahemaaga seondult riiklikult institutsioonilt? KOV, KKA, RMK

Lähtudes oma külalistelt tulnud tagasisidest, siis millised on need 3 turismiteenust, mida lahemaa enim vajab?

Kui palju tunnete, et kogukonnas on kasvanud turismiväärtuse loomine?

Kui paljud turismindusega tegelevad kogukonnaliikmed jagavad omi teadmisi ja kogemusi teiste kogukonnaliikmetega?

Kuivõrd näevad juba tegutsevad ettevõtjad-asjalised teisi sarnaseid inimesi enda ümber konkurentidena või partneritena?

Kas teie arvates vahetavad lähitulevikus nutirakendused välja infotahvlid ja -voldikud?

Kuidas suhtute loodusväärtuslike piirkondade digitaliseerimisse?

Kas teie hinnangul oleks mõistlik kasutada suure kasutajaskonnaga sõidujagamisrakendust hooajaliselt turismipiirkonnas? Kas see annaks võimaluse kogukonnal aktiivsemalt panustada turismitegevusse?

Kas sellise idee teostumisel peaks olema juhtide-giidide kasutuses sama identiteeti kandev kaasaegne autopark või pigem peaks olema võimalus teenust osutada oma vahenditega?

Kas ja millistele standarditele peaks vastama teenust pakkuv kogukonnaliige? Kas on vajalik võõrkeeleoskus?

Kas keeleoskuse puudumisel võiks sellise teenuse osutamist hõlbustada automatiseeritud infoedastus läbi sõiduki helissüsteemi?

Kas sellise teenuse osutamisel automatiseeritud infoedastuse teel võiks välja kujuneda ka uudne lähenemine (kogukonna)giidide koolitamisse?

Lisa 5 – Ekspertintervjuu küsimustik

Keskmiselt mitu korda kuus kasutate Taxify rakendust?

Kas olete kasutanud Taxifyt kõikides riikides, kus rakendus kasutatav on?

Kas välisriikides kasutades on olnud Teie eesmärgiks ka turismitegevused/vaatamisväärsused?

Orienteeruvalt kui paljud Taxify kasutajatest on rakendust kasutanud kahes või enamas riigis?

Kas sõidujagamis- ja turismiteenuse ühendamine oleks Teie hinnangul otstarbekam võtta ette täiesti uue rakendusena või edasiarendusena mõnel olemasoleva kliendibaasiga rakendusel?

Kas mainitud arengusuund võiks mängida Teie jaoks rolli uute turgude valimisel?

Kas sõidujagamisrakenduse turismi suunas arendamise korral on Teie hinnangul olulisem pakkuda laiemaid kasutusvõimalusi sõitjatele või tulu kasvatamise ja isikliku arengu võimalusi sõidujagajatele?

Kas Taxifyl on sõitjate seas nõ rakenduse testijaid, kellel on kohustus tagasisidet anda rakenduse toimimise kohta?

Kas Teie hinnangul on täna Taxify kaudu osutatava teenuse hinnastamine tasemel, mis lubaks sisu lisamisel eeldada, et potentsiaalne kasutajaskond (turistid) tuleb sellega kaasa? Antud juhul, kas ruum sõidujagamisteenuse ja privaat-tuuri (nt. 4h tuur Harjumaal orienteeruva kilometraažiga 100 km maksab kahele inimesele 300€) vahel on piisav?

Kas sellise arengusuuna korral on põhjendatud teenuse pakkumine ka väljaspool tiheasustust, kus potentsiaalsete klientide arv kasv hooajal hüppeliselt (nt rahvuspargid, väikesaared)?

Kui jah, siis kas sel viisil võiks kujuneda platvormist ka lahendus kogukondliku ühistransporditeenuse arendamisel?

Kas rakendusele Taxify on võimalik lisada nõ audio-hoobasid (nagu hääluhised kaardireakendustel)?

Kas sellise arengusuuna võtmisel on olulisem kaasata teadmisi-kogemusi nõ klassikalisest turismivaldkonnast (nt giidid) või monitoorida tänaseks päevaks sõidujagamisteenuse vahendusel kogunenud andmeid?

Kas sellise arengusuuna teostamine saab toetuda Teie olemasolevale tehnilisele meeskonnale?

Lihtlitsents lõputöö salvestamiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks ning juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta

Mina, Raido Roostalu,

Sünniaeg: 10.11.1983

1. Annan Eesti Maaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud lõputöö

ELAMUSTRANSPORT LAHEMAA RAHVUSPARGIS: KOGUKONNA JA KÜLASTAJA ÜHENDAMINE UUDSES TEENUSES

mille juhendaja on, Tarmo Pilving, MSc

- 1.1. salvestamiseks säilitamise eesmärgil,
- 1.2. digiarhiivi DSpace lisamiseks ja
- 1.3. veebikeskkonnas üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Lõputöö autor

allkiri

Tartu, 28.05.2018

Juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta

Luban lõputöö kaitsmisele.

(juhendaja nimi ja allkiri)

(kuupäev)